



## Znáte hodnotu své firmy?

Uvažujete-li o prodeji firmy, měli byste znát její skutečnou tržní hodnotu. V rámci dosažení co možná nejvyšší efektivity při prodeji firmy je vhodné prodej načasovat tak, aby proběhl ve chvíli, kdy je hodnota společnosti v očích investorů nejvyšší možná (a pokud o prodeji firmy uvažují, tak její přípravu na prodej v souvislosti s tímto nepodcenit a vhodně načasovat). A protože se hodnota v čase a vlivem různých okolností mění, je třeba její kalkulaci pravidelně aktualizovat. Jde o součást strategického řízení firmy.

Potřebujete znát generátory hodnoty, které se na tvorbě hodnoty podílí a mají zásadní vliv na výslednou výkonnost podniku. Jsou definovány jako soubor veličin, které v souhrnu určují hodnotu podniku (tedy např. tržby a jejich růst, zisková marže, pracovní kapitál, dlouhodobý majetek a investice, způsob a struktura financování).

Mezi hodnotná „aktiva“ podniku patří také zaměstnanci, know-how, patenty, zákazníci, dodavatelé či obchodní smlouvy.

Na hodnotu firmy má vliv i míra závislosti podniku na jeho majiteli. Ten by měl klást důraz na systematickou a včasnou přípravu firmy na prodej firmy nejen z pohledu jeho jako vlastníka, ale také například z pohledu zaměstnanců a úvah o jejím budoucím směřování.

Na základě výše uvedeného je možné odhadnout cenové pásmo, v němž se při aktivním prodeji budou nabídky investorů s vysokou pravděpodobností pohybovat. V případě, že cenová očekávání prodávajících se v tomto pásmu nachází, může se jednat o odrazový můstek při vyjednávání a obhajobě požadované ceny před případnými zájemci o akvizici. V případě, že očekávání majitele jsou mimo reálné pásmo tržní hodnoty, měl by se majitel před prodejem nejprve zaměřit na zefektivnění výkonnosti generátorů hodnoty a firmu na prodej v požadovaném cenovém pásmu důkladně připravit.



## **Hodnota vs. cena**

Znáte-li tržní hodnotu vaší firmy (myšleno její odhad v aktuální moment), je třeba si vydefinovat i požadovanou cenu. Finální výše kupní ceny bude vždy výsledkem vyjednávání mezi vámi, jako prodávajícím, a koupěchtivým zájemcem. Pomyslnou tržní hodnotu společnosti tvoří rozpětí, jehož spodní hranicí je nejnižší částka, kterou je schopen prodávající akceptovat a horní hranicí je maximální částka, kterou by konkrétní zájemce byl ochoten zaplatit.

Cena je peněžní vyjádření hodnoty čehokoliv. V reálu se však v rámci nákupů a prodejů firem cena téměř nikdy nerovná hodnotě, kterou má podnik pro svého majitele. Může být vyšší i nižší. Kupní cena je vždy tvořena průsečíkem mezi nabídkou a poptávkou. K určení skutečné, nikoliv odhadované tržní hodnoty vaší společnosti tedy potřebujete znát aktuální pohled účastníků trhu. Hodnota firmy se odráží v poptávce, avšak její skutečnou cenu určují až nabídky jednotlivých zájemců a ochota majitele dané cenové nabídky za daných podmínek akceptovat.

Prodávající má svoji představu o ceně, na jejíž inkaso by rád prodejem dosáhnul. Úkolem poradce je snažit se systematicky vyhledat takového investora, který se bude představám prodávajících o kupní ceně, ale i o dalších parametrech akvizice s tím spojených, co možná nejvíce blížit.

Často však dochází k případům, že představy prodávajících o kupní ceně bývají za daných tržních podmínek zcela nereálné. Poradce má pak za úkol zajistit pro klienta skutečný aktuální pohled trhu, a to v podobě cenových nabídek, za které jsou investoři ochotni daný podnik odkoupit. V případě, že klient tuto reálnou tržní hodnotu není ochoten akceptovat, měl by před realizací prodeje dále pracovat na zvyšování její hodnoty zefektivněním jejich generátorů tak, aby požadovaná kupní cena byla dosažitelná.

## **Zajímá vás odhadovaná tržní hodnota vaší firmy? Jsme tu pro vás.**

Pomůžeme vám identifikovat generátory, které pozitivně působí na zvyšování hodnoty vaší firmy. Součástí našich služeb může být i indikativní odhad rozpětí tržní hodnoty firmy před jejím plánovaným prodejem! Metodou tržního srovnání vám nastíníme, v jakém pásmu lze očekávat, že se budou při prodeji pohybovat nabídky zájemců. Nedostanete konkrétní číslo vyjadřující skutečnou tržní hodnotu, ale odhad rozpětí tržní hodnoty založený na našich letitých zkušenostech trhu.



Dotazy, náměty či připomínky můžete poslat na [jiri.dvorak@prodavamefirmy.cz](mailto:jiri.dvorak@prodavamefirmy.cz)

